

## La (pen)isola che non c'è?

Il ruolo dei media come  
fattore di socializzazione  
anticipatoria: una ricerca  
empirica

Valentina Orsucci  
valentina.orsucci@iulm.it

Obiettivi, metodologia e campione

## Lo sfondo teorico della ricerca

I processi di globalizzazione (economica, culturale, politica ecc...) hanno definitivamente fatto **cadere la tradizionale corrispondenza fra Stato, Società e Cultura** che per molti anni ha rappresentato la categoria principale attraverso cui osservare la realtà sociale (cit).

A questa logica si è infatti sostituita quella del **flusso**, attraverso cui si studiano i movimenti all'interno del pianeta, e non più la sua struttura.

In particolare, con riferimento ad Appadurai (2001) i due principali flussi che descrivono la contemporaneità sono

- I *mediascapes*: flussi di significati, simboli e immagini mediali
- Gli *ethnoscapes*: flussi e movimenti di persone e gruppi

## Lo sfondo teorico della ricerca

L'esistenza di una relazione fra ethnoscapas e mediascapas è intuitivamente forte ed evidente.

Le immagini e l'immaginario relativo a un paese sembrano infatti avere un ruolo determinante nei processi migratori, in termini di

- Spinta all'azione (Appadurai, 2001)
- Socializzazione anticipatoria (Merton, 1959, Alberoni, 1965)

## Obiettivi della ricerca

Partendo da queste premesse, obiettivo della ricerca qui presentata è

studiare il rapporto esistente fra le “**biografie immaginate**” e le “**biografie realizzate**” di un campione di migranti, e in particolare **il ruolo giocato dall’immaginario** relativo al Paese di destinazione nell’esperienza della migrazione.

Attraverso tale studio, la cui fase di analisi del materiale è ancora in corso, si è provato in particolare a

- **ricostruire l’immaginario** legato all’Italia sedimentato nei paesi oggetto di indagine
- individuare le **fonti** (mediali e non) di tale immaginario
- analizzare il **ruolo** che queste hanno avuto nella decisione della partenza e nel processo di integrazione nel nostro Paese ...

## Metodologia e campione

L'indagine si concentra sulle esperienze migratorie di persone provenienti dal Marocco, ed è stata realizzata attraverso

- la conduzione di **20 interviste narrative**, a soggetti suddivisi in 2 gruppi
  - 10 persone residenti in Italia da più di 10 anni
  - 10 persone residenti in Italia da meno di 5 anni
- la conduzione di **3 interviste a testimoni privilegiati**
  - 1 responsabile di un centro di prima accoglienza per immigrati
  - 1 imam di una moschea del nord Italia
  - 1 direttore di un centro culturale islamico
- la somministrazione di **76 questionari** a un campione non rappresentativo di marocchini residenti nel proprio paese.  
Naturalmente, i risultati del questionario hanno un puro valore argomentativo e non possono in alcun modo essere generalizzati

## Metodologia

La traccia dell'intervista, basata sugli approcci narrativi alla ricerca sociale (Di Fraia, 2004; Jedlowski, 2000; Bichi, 2007; Olagnero, 2004), si sviluppava attorno alla suddivisione in fasi del racconto biografico (come fossero capitoli entro cui suddividere la propria "autobiografia"):

- la vita nel proprio paese
- la vita immaginata
- la vita in Italia

Per ciascuna di queste fasi, si è chiesto ai soggetti di individuare **4 dimensioni** (argomenti, elementi) su cui concentrare il proprio racconto, e di approfondire il racconto di ciascuna di queste.

## Campione: interviste

I 20 soggetti marocchini intervistati

- hanno un'età compresa fra i 22 e i 43 anni
- sono in prevalenza maschi (14 contro 6 femmine) e
- possiedono la licenza superiore (ad esclusione di 5 soggetti in possesso di una laurea)

I soggetti sono stati reclutati attraverso un campionamento a valanga

## Campione: questionari

I 76 marocchini che hanno risposto al questionario

- vivono in Marocco
- non sono mai stati in nessun paese europeo
- hanno in media 24 anni
- sono soprattutto maschi (50 contro 26 femmine), e
- possiedono generalmente una licenza superiore (14 i laureati)

Anche in questo caso è stato fatto un campionamento a valanga

## 2. L'immaginario relativo all'Italia: contesto

# 1. La decisione di partire

Per comprendere la natura e il ruolo dell'immaginario nell'esperienza della migrazione, è importante metterli in relazione con le motivazioni e i bisogni sottostanti alla decisione di emigrare.

Indipendentemente dal momento in cui si decida di partire effettivamente, nella maggior parte degli intervistati l'idea di lasciare il proprio Paese è **presente fin dalla prima adolescenza**, anche se priva di forma o di progettualità. L'idea di emigrare, quindi, rappresenta una sorta di costante silenziosa presente nella vita del soggetto molto prima di diventare un progetto concreto

Indicatore di quanto diffusa e pervasiva sia l'idea di emigrare, **44 dei 76** marocchini rispondenti al questionario dichiarano di pensare concretamente all'emigrazione (di questi, 12 stanno organizzando il viaggio mentre 32 sono frenati dalla mancanza del denaro necessario a organizzare la partenza)

La decisione di emigrare, quindi, diventa "solo" la realizzazione di qualcosa a cui si è sempre, da sempre pensato.

# 1. La decisione di partire

Emergono tuttavia sostanziali differenze fra i due gruppi considerati (residenti da più di 10 anni e da meno di 5 anni)

I migranti che hanno lasciato il Marocco negli anni '80-'90, infatti,

- hanno preso la decisione di partire quando questa diventa “urgente” o “inevitabile”,
  - perché la situazione economico-familiare è peggiorata
  - o perché si è raggiunta l'età (in media 20 anni) in cui si ritiene necessario avere un progetto concreto di vita, solitamente non realizzabile nel proprio paese

- sono partiti avendo in mente in **progetto biografico** ben definito, nella sua temporalità più che nel suo contenuto.  
(in quasi tutti i casi l'idea era quella di trascorrere qualche anno in Europa per studiare o lavorare, e poi tornare nel proprio Paese con il guadagno accumulato)

# 1. La decisione di partire

Per gli intervistati partiti dopo il 2002, invece la maturazione della decisione di partire, pur essendo altrettanto coltivata a lungo nel tempo, è accompagnata da

- una **progettualità molto debole**: si parte spesso per caso o per coincidenza, e la migrazione viene vissuta come **un'esperienza di vita** che, nel peggiore dei casi, potrebbe rivelarsi di crescita per la propria identità

*“io non pensavo al lavoro, sono venuto qua perché è una cosa a cui ho sempre pensato, e visto che il mio amico partiva ne ho approfittato. Sono venuto anche per fare un'esperienza, vedere come era, poi se non mi piaceva sarei tornato indietro”*

- motivazioni spesso legate solo indirettamente alla propria biografia. Alcuni intervistati hanno deciso di emigrare spinti da **motivazioni politiche**, rifiutando il sistema monarchico che vige in Marocco, o **religiose**, in riferimento soprattutto alla non laicità che caratterizza (anche se non ufficialmente) il Paese

# 1. La decisione di partire

Indipendentemente dalle motivazioni che spingono a lasciare il proprio paese (economiche, affettive, religiose, politiche, ecc...), e dal tempo di residenza in Italia, quello che quasi tutti gli intervistati cercano di raggiungere attraverso l'emigrazione è la possibilità di

- **misurare le proprie capacità** o competenze
- prendere in mano la propria vita, **diventare autori del proprio destino**, sottraendosi a un sistema sociale percepito come immobile, fatto di raccomandazioni o divieti, in cui il margine di scelta è praticamente nullo.

Sintomatico il fatto che per descrivere questa sensazione 6 intervistati su 20 abbiano usato la metafora della “gabbia”

*“io volevo venire in Europa per provare a vedere dove potevo arrivare. Perché da noi sei in gabbia, perché in Africa da noi arrivi a un certo punto in cui non puoi sperare in qualcosa di più. Cioè, se nasci ricco rimani ricco, se nasci povero o sei raccomandato o rimani povero. Non ci puoi fare niente”*

Momo, 35 anni, in Italia da 11

## 2. Italia = Europa

Dalle interviste condotte è emerso che non è possibile affermare l'esistenza di un vero e proprio immaginario relativo all'Italia nei soggetti intervistati.

Nell'immaginario dei marocchini che hanno partecipato a questa ricerca **esisteva piuttosto l'Europa** (o per pochi l'Occidente), che viene sovrapposta per trasposizione all'Italia, e ai principali paesi europei: Germania, Spagna, Olanda, Inghilterra e Paesi Scandinavi, che rappresentano –dopo la Francia- le principali destinazioni della migrazione marocchina (rif Rapporto Caritas-Migrantes 2006)

L'unico Paese europeo che sembra possedere un'identità propria è la **Francia**, come presumibile effetto del periodo coloniale e delle sue conseguenze (sul piano linguistico, per esempio). La Francia rappresentava, per 13 intervistati su 20, la destinazione prescelta al momento della partenza. Solo in due casi (di ricongiungimento familiare), la meta prefissata era l'Italia.

## 2. Italia = Europa

Per ricostruire l'immaginario relativo all'Europa è stato utilizzato il concetto di **rappresentazione socio-narrativa** (Di Fraia, 2004, elaborato a partire da quello di "Rappresentazione sociale" di Moscovici)

Con rappresentazione socio-narrativa si intende

**l'insieme delle rappresentazioni ad relative ad un certo fenomeno create, veicolate, e condivise all'interno di un certo contesto e periodo di tempo.**

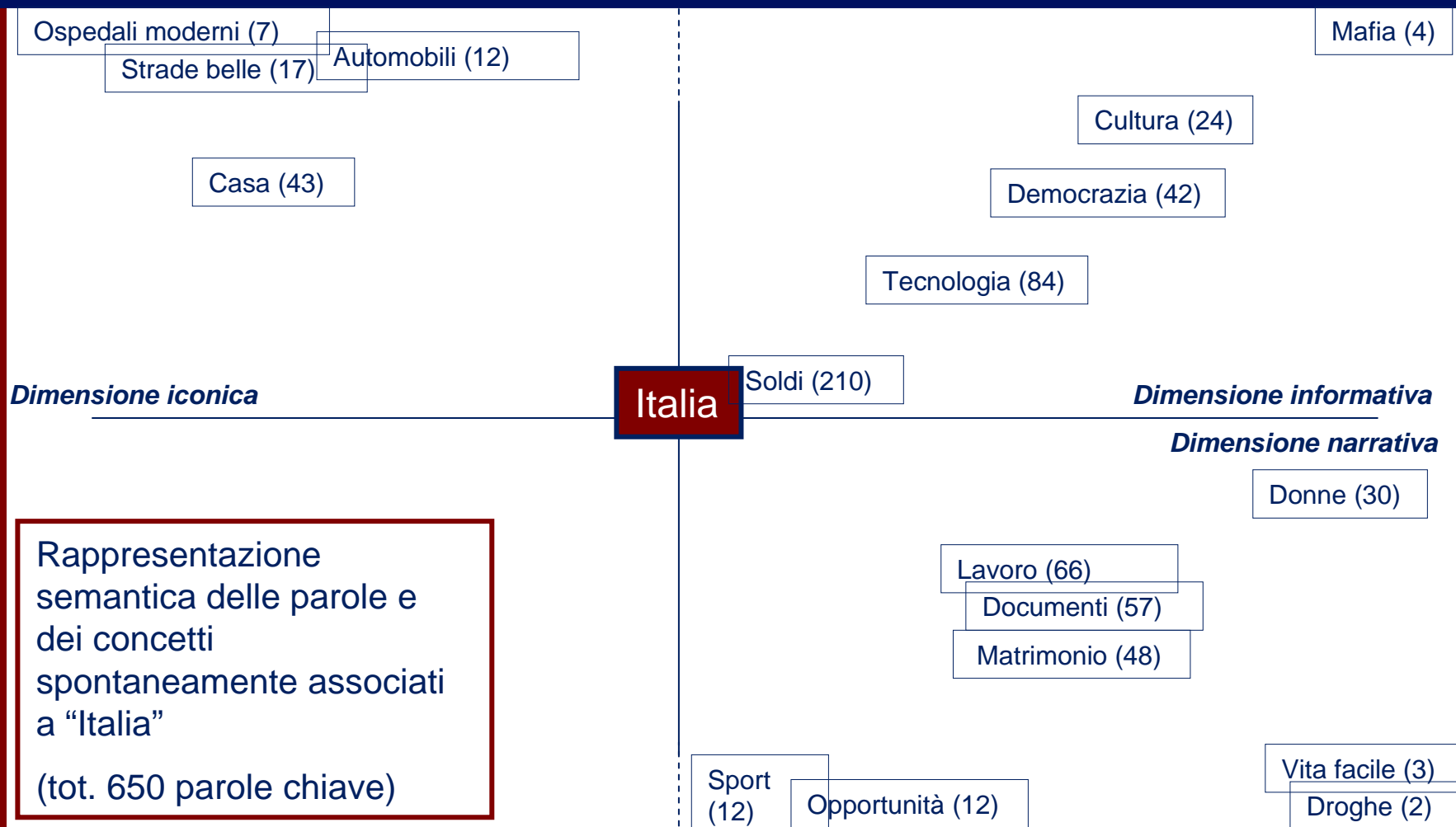
## 2. Italia = Europa

Concettualmente, le rappresentazioni socio-narrative si articolano su tre dimensioni:

- **dimensione informativa**, riferita alle informazioni relative al fenomeno in oggetto, che rappresenta in qualche modo il contenuto, gli elementi statici dell'Immagine dell'Europa
- **dimensione iconica**, che comprende le immagini e le rappresentazioni iconiche ad esso associate, da un punto di vista strettamente visivo
- **dimensione narrativa**, riferita alle storie e ai racconti correlati a quel particolare fenomeno, attraverso cui l'Europa viene immaginata come il futuro contesto della propria biografia.

### 3. L'Europa immaginata

## 2. La rappresentazione socio narrativa dell'Italia: una mappa



# 1. Dimensione informativa: utopie

La dimensione informativa dell'immagine dell'Europa è certamente quella su cui si concentrano gli elementi di maggiore stereotipia.

Si compone infatti di 4 macro-contenuti:

- **Democrazia**, concetto col quale si denota, più che un sistema di partecipazione politica e sociale, un'ideale di una società corretta ed equa. Pochi fanno riferimento al sistema politico vigente; molti vedono invece la democrazia come il processo di partecipazione popolare associato alla Rivoluzione Francese.

*“per me democrazia è quello che studiavo a scuola. Libertà, uguaglianza, fratellanza. L'ho studiato anche a scuola, della rivoluzione del popolo, che ha avuto il coraggio di ribellarsi” (Habiba, 43 anni, in Italia da 16)*

- **Tecnologia**, attraverso cui si fa riferimento alla modernità delle tecniche lavorative (es. costruzione di ponti, macchinari agricoli, elettrodomestici) e a una generale idea di modernizzazione

# 1. Dimensione informativa: utopie

- **Cultura**, con cui ci si riferisce in particolare al Rinascimento e alla figura di Leonardo da Vinci, simbolo, più che contenuto, di un periodo di splendore artistico-culturale
- **Soldi e lavoro**: soprattutto per coloro che sono partiti più di 10 anni, l'Europa rappresenta il Paradiso, il luogo dove tutto è facile perché abbondante in soldi e opportunità lavorative

*“mi viene da ridere a ricordare questa cosa. Perché per me in europa i poveri non esistevano, solo i ricchi c'erano. Pensavo che tutti quelli che lavoravano erano ricchi, pieni di soldi, una casa bella e soprattutto grande, un elettrodomestico per fare tutto quello che io facevo a mano. E poi le scuole, con tutte le cose nuove, tutto avanzato. Il Paradiso, per me era il Paradiso, coi soldi che piovono dal cielo. Che sciocca che sono stata!”*

Amina, 31 anni, in Italia da 13

## 2. Dimensione iconica

Curiosamente, le immagini e i simboli relativi all'Europa citati spontaneamente dagli intervistati sono **pochi e molto ricorrenti**. Tra questi, a titolo di esempio, citiamo

- le **strade**, pulite e asfaltate
- le **case**, alte all'esterno (spesso grattacieli), e molto grandi all'interno
- gli **ospedali**, efficienti e dotati di macchinari molto avanzati

Le icone di cui si compone l'immaginario dell'Europa rappresentano dei veri e propri **“fermi immagine”**,

- fortemente decontestualizzati
- privati del contenuto e delle narrazioni originarie ad essi collegato
- che preservano la natura di immagine anche se cognitivamente ricontestualizzate

### 3. Dimensione narrativa

La dimensione narrativa della rappresentazione sociale dell'Europa sedimentata nei soggetti intervistati è certamente quella **più complessa**.

Con questo termine ci riferiamo ai contenuti associati all'Europa raccontati e sviluppati in chiave narrativa; la cui articolazione e i cui effetti, cioè, sono interrelati (direttamente o indirettamente) con la biografia che i soggetti immaginano per sé.

Nel passaggio dalla dimensione informativa e iconica a quella narrativa, l'Europa diventa da "entità descritta" a contesto fisico e situazionale della propria vita futura.

Essa si articola attraverso 3 sottodimensioni

- Meccanismi di mobilità sociale
- Educazione civica
- Imago

### 3. Dimensione narrativa: meccanismi di mobilità sociale

Soprattutto per chi è emigrato negli ultimi anni, l'Europa non rappresenta solo l'immagine della ricchezza facilmente raggiungibile.

Piuttosto, immaginandosi la propria vita futura, i soggetti vedevano l'Europa come una società in cui la **mobilità sociale** è

- **possibile** → al contrario del Marocco, in cui sembra che la situazione socio-economica sia quasi immodificabile
  
- regolata da **meccanismi trasparenti** e
  - basati sulla meritocrazia → diversamente dal Marocco in cui pare vigere il sistema delle raccomandazioni
  
- proporzionale al
  - **Livello di istruzione**
  - **Disponibilità al sacrificio** → ai quali il sistema Marocchino sembrerebbe indifferente

### 3. Dimensione narrativa: meccanismi di mobilità sociale

L'idea della trasparenza e meritocrazia come meccanismi regolatori del sistema lavorativo europeo risulta essere quella maggiormente condivisa\* anche dai soggetti rispondenti al questionario.

Item	Punt.
In Europa se hai voglia di lavorare un lavoro si trova sempre	7,9
In Europa per lavorare non è necessario avere raccomandazioni	6,9
In Europa si trova il lavoro adeguato agli studi fatti	7,2

*\*Per ciascun item il soggetto doveva indicare il proprio grado di accordo, dove 0= per niente d'accordo e 10=molto d'accordo.*

*Gli item sono stati costruiti a partire da quanto emerso durante le interviste*

### 3. Dimensione narrativa: educazione civica

L'immaginario relativo all'Europa si compone inoltre di alcune e fortemente ricorrenti **micro-sequenze di storie** (simili agli script, rif. Schank e Abelson, 1977) riguardanti soprattutto il supposto **comportamento degli Europei nei luoghi pubblici**.

Tra queste ricordiamo

- Il **comportamento automobilistico**, immaginato pacato e rispettoso delle regole
- La **preoccupazione nei confronti dell'ambiente**, ipotizzata molto diffusa
- Il **rispetto delle file nei luoghi pubblici** (in particolare alla posta e al supermercato)

*“per esempio, se c'è la fila al supermercato per arrivare al banco della carne, io sapevo che gli europei si mettono in fila e aspettano il proprio turno, così, zitti, senza dire niente. Gli arabi invece in fila non stanno buoni, trovano il modo per passare avanti, fanno casino, urlano, succede sempre qualcosa”*

Ibrahim, 30 anni, in Italia da 13

### 3. Dimensione narrativa: Imago

Con Imago (concetto elaborato da Mc Adams, 1993) si fa riferimento alle

“strutture organizzative dell’identità su cui, a partire da una certa età, tenderebbero a gravitare le definizioni connesse ai ruoli sociali” (Di Fraia, 2004)

Nello specifico, le Imago emerse nelle interviste sono soprattutto relative alle definizioni di strutture di identità

- a cui si aspira
- o verso cui si ha un rapporto di ambivalenza

E sono state citate soprattutto dai soggetti emigrati da meno di 5 anni

### 3. Dimensione narrativa. Modelli identitari e culturali

In particolare, le 2 Imago maggiormente condivise sono

- “lo **studente**”: modello condiviso soprattutto dai **giovani** marocchini **maschi**, attraverso cui si racconta l’idea del giovane europeo al quale si vorrebbe assomigliare, soprattutto dal punto di vista del modo di trascorrere il tempo libero, negli specifici termini di
  - Fare **sport** in palestre e strutture avanzate
  - Frequentare **locali e discoteche**
  - Ascoltare **musica** (che costituisce una sorta di “colonna sonora” del modello, con particolare riferimento al rap francese)

Tale modello è costruito, ancora una volta, per contrapposizione: la vita adolescenziale marocchina descritta da molti intervistati è spesso fatta di lavoro e responsabilità

*“Prima di partire pensavo che qui avrei vissuto come un europeo. Con tanti divertimenti, potendo fare un sacco di sport in palestre belle, non come le nostre, e di divertirmi la sera”*

Habdirazzah, 22 anni, in Italia da 2

### 3. Dimensione narrativa. Modelli identitari e culturali

- La **donna emancipata**, descritta in maniera diverse dai
    - **Maschi**, che vedono la donna europea come **possibile partner** di una relazione amorosa, immaginata **più facile** perché contornata da meno inibizioni, e le
    - **Femmine**, che hanno un atteggiamento di profonda ambivalenza nei confronti di una donna che vedono come
      - **più libera**, di fare quello che loro non possono sempre fare (passeggiare di sera, vivere le proprie emozioni e relazioni in maniera libera dai condizionamenti familiari e sociali, andare al cinema ecc...), ma anche
      - **eticamente discutibile**, perché non ne approvano il modo di fare, l'abbigliamento, i supposti valori. Prima della partenza, il modello femminile europeo rappresenta per alcune donne marocchine una possibile **minaccia per la propria identità culturale e religiosa**
- “Avevo paura prima di partire. Pensavo “magari mi devo scoprire anche io”, fare quello che fanno le italiane. Anche mia mamma era spaventata da questo”*

### 3. Dimensione narrativa. Modelli identitari e culturali

Significativi anche i punteggi ottenuti dagli item relativi a queste tematiche

Item	Punt.
La cultura europea è troppo libera	8.3
In europa non ci sono più buoni valori	6.8

## Le fonti dell'immaginario

## Le fonti dell'immaginario

Dalle interviste sono emerse che le fonti da cui provengono gli elementi e le dimensioni da cui è costituita l'immagine dell'Europa sono (citate spontaneamente)

- Fonti mediate: la tv europea
- Fonti non mediate:
  - I turisti
  - Gli emigrati
  - Le strutture educative

Per questioni di sintesi, accenniamo solamente alle prime

## I media

Per i soggetti intervistati i media coincidono sostanzialmente con la **televisione**.

Possedevano **l'antenna satellitare**

- tutti i 10 i intervistati emigrati meno di 5 anni fa
- 6 dei 10 marocchini partiti più di 10 anni fa
- tutti i 76 rispondenti al questionario residenti in Marocco.

Attraverso la parabola si guardano, nell'ordine, i canali

- trans arabi (Al Jazeera e Al Arabija)
- francesi (e in particolare TV 5, soprattutto per un fattore linguistico)
- spagnoli (soprattutto nel nord del paese, e in particolare Tele 5)
- americana (CNN)
- e, in ultimo, italiana (reti RAI)

## Tv: contenuti

I contenuti prevalentemente fruiti attraverso i canali televisivi satellitari sono

- i **film**, di cui si apprezza soprattutto la **lingua**, le **tecniche di produzione** e gli **effetti speciali**, considerati molto più avanzati rispetto a quelli utilizzati nei film marocchini. Molto amati anche i film indiani
- i **programmi sportivi** (soprattutto di **calcio**), e
- le **news**, fruiti soprattutto sui canali francesi e messe a confronto con quelle divulgate dalla **tv nazionale** (considerate viziate dal sistema) e da quelle **trans arabe**, che raccolgono invece grande credibilità e fiducia.

Contenuti	Val %
Film	21.1
Programmi sportivi	16.9
Telegiornali e news	16.2
Documentari	14.1
Programmi di musica	9.9
Dvd/videocassette	8.5
Trasmissioni domenicali (es. Domenica in)	4.2
Soap opera	3.5
altro	5.6
tot	100

## TV: dal testo al contesto

La tv europea non sembra tanto rappresentare una risorsa in termini di contenuti e narrazioni, quanto una fonte di immagini e brevi sequenze.

Una spiegazione possibile della scarsa attitudine degli intervistati a ricordare e raccontare i contenuti medialti potrebbe essere individuata

- Non nell'analisi delle narrazioni televisive e della loro interpretazione da parte dei soggetti, (il retelling –cfr Livingstone-, per esempio, non si è in questo caso dimostrato una tecnica adatta), ma
- nelle caratteristiche della fruizione televisiva, e soprattutto
- nel rapporto fra il testo mediale e il contesto “reale”

## Tv: modalità di fruizione

La fruizione della tv europea avviene infatti prevalentemente

- per **immagini o per frammenti**: a causa
  - della distanza linguistica (moltissimi marocchini parlano il francese, ma pochi riescono a seguire perfettamente un film o un programma)
  - della discontinuità fra tv nazionale e tv satellitare (soprattutto prima della nascita e della diffusione delle tv trans arabe i codici narrativi e visivi della tv marocchina erano molto lontani da quelli utilizzati dalle tv europee)

Non a caso, spesso gli intervistati utilizzano il termine “fotografia” riferendosi ai contenuti mediali

*“La tv italiana la guardavo anche se non capivo niente perché non sapevo la lingua. Ma mi piaceva lo stesso, guardavo le foto”*

Amina, 31 anni, in Italia da 13

## Tv: modalità di fruizione

La fruizione della tv europea è inoltre

- **Connotata di eccezionalità.**

- I contenuti veicolati dalla tv europea rappresentano spesso dei tabù per la religione islamica: immagini di comportamenti affettuosi, visione di corpi poco coperti, scene di una quotidianità profondamente differente, sono ritenuti non adatti alle ragazze o a una visione collettiva
- la fruizione televisiva era spesso associata al ruolo educativo-religioso (soprattutto per i soggetti emigrati molto tempo fa e più fortemente ancorati alle proprie tradizioni)

Per questo, la tv europea viene di frequente vista

- In **solitudine**: nella propria stanza o in assenza degli altri familiari (ma non di nascosto: la visione di certi contenuti crea imbarazzo se condivisa, non ci sono però divieti alla fruizione individuale)
- **Attraverso filtri o censure inter-familiari**: solitamente il figlio maggiore si documenta in anticipo sul contenuto in oggetto (da cui anche l'utilizzo diffuso di dvd e videocassette), per poterlo poi tagliare o essere pronto

Questi processi attribuiscono alla fruizione televisiva il fascino del proibito, della discontinuità rispetto alla norma, contribuendo a creare un senso di distacco semantico e allo stesso tempo di forte attrattività.

## Tv: modalità di fruizione

- **Per contrasto:** l'esperienza mediata e quella non-mediata (cfr. fra gli altri Thompson, 1998) si mescolano fino a creare un flusso esperienziale unico e privo di confini interni netti
  - **Nei comportamenti:** la fruizione televisiva fa parte della quotidianità, è sempre più pervasiva
  - **Ma non nei contenuti:** il rapporto fra testo e contesto stride fortemente. Accendere e spegnere la tv (europea) significa passare da un mondo ad un altro

*“ma guarda un esempio stupido: anche la pubblicità. Accendi la tele e vedi che per parlare di un detersivo c'è una donna bellissima in una casa bellissima che dopo aver lavato va in palestra con le amiche. Nella nostra tv, vedi 2 donne col velo che dopo aver lavato si mettono a cucinare”*

Mohammed, 23 anni, in Italia da 2

## Tv: fra testo e contesto

La fruizione televisiva, quindi, sembra richiamare da vicino

- Il processo di comunicazione “**ad alto contesto**” di cui parla Hall, in cui l’enfasi è posta appunto sul contesto, sui ruoli e sulle posizioni sociali, più che sul linguaggio verbale
- Lo stile di apprendimento cognitivo a “**bassa astrazione**” (Bennet, cit in Castiglioni, 2005), in cui generalizzazioni e processi cognitivi avvengono tramite percezioni, immagini ed eventi interni
- Il ruolo di **riflessione critica** sul proprio contesto di riferimento che Thompson (1998) attribuisce ai media, e che rappresenta, dall’analisi sin qui condotta, la principale funzione svolta dalla tv nelle esperienze migratorie considerate dalla ricerca

*“alla tv mi colpivano soprattutto i film e i telefilm dove vedevo i miei coetanei. Feste di adolescenti in piscina, ragazze in costume, ragazzi con la moto. Poi spegni la tele e fai per forza il paragone. Noi lavoravamo per avere la bicicletta, poi vedi quelli e ci pensi anche tu”*

Mohammed, 30 anni, in Italia da 13

*“mi ricordo che alla tv vedevo le storie d’amore, delle ragazze che uscivano coi fidanzati, andavano alle feste, al cinema. E mi chiedevo, ma perché qui non si può? Non è giusto!”*

Zahira, 21 anni, in Italia da 1

## Conclusioni

## Conclusioni

Trattandosi di uno studio ancora in corso, è possibile trarre conclusioni e riflessioni soprattutto a livello metodologico.

L'utilizzo degli strumenti narrativi nell'ambito di una ricerca **inevitabilmente interculturale** ha permesso di far emergere in maniera ancora più evidente

- L'importanza del contesto e dell'immersione del ricercatore nella realtà studiata (anche se per un tempo breve), perché siano esplicite e osservabili differenze di abitudini, comportamenti e rituali
- L'influenza della distanza culturale fra intervistatore e intervistato (qui soprattutto in termini di genere)
- La necessità di strutturare l'intervista narrativa (nella forma, non nei contenuti) al fine di una migliore
  - Gestione dell'intervista, in termini di tempo, spazio cognitivo ecc...
  - Analisi del materiale, che può procedere per livelli ed essere più facilmente comparativa

## Conclusioni

L'applicazione di questo strumento di ricerca nell'ambito di questo studio ha però anche fatto emergere in maniera evidente

- La pervasività non esplicita di filtri di tipo culturale attraverso cui le interviste sono state
  - **Progettate**: il metodo originario previsto per la conduzione dell'intervista (la narrazione attraverso gli oggetti) non si è rivelato adatto alla realtà, e sono stati necessari diversi aggiustamenti.
  - **Condotte**: sono state numerose le occasioni in cui si è dovuto “decostruire” il modo dato per scontato di gestire l'intervista (fattore linguistico; registrazione conversazione; es di domande)
  - **Analizzate**: la fase di analisi non ha interamente confermato le ipotesi iniziali sottostanti alla ricerca, che erano state formulate proprio dalle precedenti esperienze di studi condotti sullo stesso gruppi etnico-culturale cui apparteneva il ricercatore